

Der Wille muss da sein

In der Möbelbranche arbeiten nach wie vor in der Mehrzahl Männer – in Leitungspositionen wird die Diskrepanz noch einmal besonders deutlich. In einem Roundtable mit weiblichen Führungspersönlichkeiten des Europa Möbel-Verbands hat die „möbel kultur“ ausgelotet, warum das so ist, was sich ändern müsste und wie der EMV aufgestellt ist.



„In der Nachfolgegeneration bei unseren Händlern rücken immer mehr die Töchter nach.“

Manuela Bayer

möbel kultur: Frau Birnkammer, Sie sind am längsten beim EMV, schon mehr als 35 Jahre. Welche Vorstellungen hatten Sie von Ihrer Karriere als Sie damals starteten?

Barbara Birnkammer: Ich war damals noch sehr jung, erst 26 Jahre alt, mein Start beim EMV, damals noch DMV, war bereits mein dritter Job. Und eigentlich hatte ich geplant, nach einigen Jahren wieder zu gehen, um meine Karriere voranzutreiben.

möbel kultur: Aber dann sind Sie doch geblieben.

Barbara Birnkammer: Ja, weil es ganz einfach gepasst hat.

möbel kultur: Was war die größte Veränderung, die Sie in den vielen Jahren in Bezug auf weibliche Führungskräfte erlebt haben?

Barbara Birnkammer: Ehrlich gesagt, war das hier im Verband aus meiner Sicht nie ein Problem. Wir hatten beispielsweise über 20 Jahre mit Birgit Klotz eine Führungsperson im Kücheneinkauf, außerdem eine Prokuristin im Einkauf. Und heute gibt es einige Frauen in Führungspositionen wie Sie an dieser Runde sehen, beim EMV. Auch Anja Erl, Leiterin Fachsortimente und Julia Dorn, Head of Brand & Strategy, die aus terminlichen Gründen nicht an diesem Interview teilnehmen können. Ich bin wirklich der Meinung, dass es hier beim EMV eine ganz große Offenheit dafür gibt, auch Mitarbeiterinnen zu fördern.

Ich kann allerdings nicht für die Branche insgesamt sprechen, da ich zwar zu den Anschlusshäusern Kontakt habe, aber nicht zur Industrie.

möbel kultur: Frau Bayer, seit über zehn Jahren sind Sie hier verantwortlich als Einkäuferin für die Bereiche Schlafen, Jugend und Büromöbel. Es ist kein Geheimnis, dass Frauen in der Regel maßgeblich sind, wenn es um die Einrichtung geht. Gleichwohl entscheiden immer noch zum Großteil Männer – als Einkäufer in den Verbänden – welche Möbel überhaupt in den Möbelhäusern zum Verkauf angeboten werden. Das ist doch absurd. Wie erleben Sie Ihren beruflichen Alltag?

Manuela Bayer: Ich kann definitiv sagen, dass sich in den letzten zehn Jahren einiges geändert hat. Es ist zwar so, dass auch bei uns in den Einkaufsausschüssen immer noch wenige Frauen dabei sind, aber es werden mehr. In der Nachfolgegeneration unserer Händler rücken die Töchter nach, die aktiv mit in der Geschäftsführung tätig sind.

Ganz zu Beginn meiner Laufbahn, vor mittlerweile mehr als 25 Jahren, waren die Frauen in der Regel die Einkäufer-Assistentinnen. Da gibt es jetzt ganz klar eine Entwicklung. Und ich möchte auch betonen, dass wir hier beim EMV schon gut aufgestellt sind, auch mit Mitarbeiterinnen, die lange diese Positionen ausfüllen. Bei anderen Verbundgruppen sehe ich weniger Frauen im Einkauf. Und wenn, dann meistens nur für kurze Zeit.

möbel kultur: Sie kennen als Einkäuferin beide Seiten – den Handel und die Industrie. Wer ist schon weiter in Bezug auf weibliche Führungskräfte?

Manuela Bayer: Aus meiner Sicht der Handel.

möbel kultur: Frau Diettl, Sie sind seit zwei Jahren als Einkäuferin Wohnen und Speisen beim EMV, verfügen aber bereits über langjährige Erfahrung im Einkauf, u.a. bei Wagner Living. Welche Erfahrungen haben Sie in Ihrem beruflichen Alltag gemacht?

Julia Diettl: Ich wurde vor zwei Jahren sowohl von der Industrie als auch in den Einkaufsausschüssen mit offenen Armen empfangen.

möbel kultur: Auch, weil eine Frau gekommen ist?

Julia Diettl: Ja, schon, ich erinnere mich an meine erste M.O.W. im Herbst 2021. Da hieß es häufiger: Schön, dass in den Einkauf jetzt auch eine weibliche Note kommt. Und das spüre ich bis heute.

Klar ist auch, dass wir, wie Frau Bayer auch sagte, immer noch Exoten in dieser männerdominierten Branche sind. Ich denke auch, dass sich im Grunde alle, egal ob Frau oder Mann, einfach einen Mix wünschen. Und dass wir irgendwann darüber gar nicht mehr reden müssen.

möbel kultur: Als Einkäuferinnen sind Sie beide viel unterwegs. Sind Sie in schon an Grenzen gestoßen, also nicht zwingend beim EMV, aber bei der Ausübung Ihres Berufs?,

Julia Diettl: Es gibt Situationen, in denen bleibt es herausfordernd, Familie und Beruf unter einen Hut zu bringen. Ich denke, dass ist für uns Frauen immer noch schwieriger als für Männer. Das wurde auch gerade in der Corona-Zeit noch einmal ganz deutlich, wenn man allen gerecht werden will. Wobei ich aus meiner Erfahrung sagen kann, dass ich stets Arbeitgeber hatte – und das gilt auch für den EMV – die mich voll unterstützt haben. Es ist dabei immer wichtig, offen miteinander zu reden. Dann findet man auch eine Lösung.

Manuela Bayer: Ich glaube auch, dass weniger Frauen in Führungspositionen sind, weil es einfach schwierig bleibt, Familie und Job miteinander zu vereinbaren. Es beginnt ja schon bei den Kitaplätzen, die häufig immer noch nicht in der benötigten Anzahl zur Verfügung stehen.

möbel kultur: In welchen Situationen ist es andererseits vielleicht als Frau sogar einfacher zum Ziel zu kommen?

Julia Diettl: Das ist schwierig zu beantworten. Aber ja, solche Situationen gibt es ganz bestimmt auch, eben weil Frauen in der Möbelbranche immer noch eine Ausnahme sind. Gleichwohl müssen wir unseren Job genauso gut machen oder sogar noch besser, weil wir noch mehr beäugt werden.

möbel kultur: Frau Wallner, Sie sind Geschäftsführerin der Perspektive Werbeagentur, die zum EMV gehört und die dafür sorgt, dass die angeschlossenen Händler in allen Marketingfragen kompetent unterstützt werden. Wie läuft der Kontakt mit den EMV-Mitgliedern? Es ist ja definitiv so, dass Männer und Frauen unterschiedlich kommunizieren.

Gabriele Wallner: Auf jeden Fall. Als ich damals im Alter von 25 Jahren als Leiterin der DMV-Werbeabteilung zu den Händlern rausgefahren bin, hatte ich oft das Gefühl, dass ich nicht richtig ernst genommen werde. Da war sicherlich oft in den Köpfen der Gesellschafter: Oh Gott, da kommt jetzt so ein junges Mädel und will mir etwas erzählen.



„Das Wichtigste für alle wird sein, Führungspositionen auch in Teilzeit ausfüllen zu können.“

Barbara Birnkammer

TEILNEHMERINNEN:

Barbara Birnkammer, CAO, Leitung Rechnungswesen, HR und Verwaltung (seit 01.01.1987)

Gabriele Wallner, Geschäftsführung Perspektive Werbeagentur (seit 01.10.1990)

Manuela Bayer, Einkäuferin Schlafen, Jugend, Büromöbel, vorher SB (seit 01.08.2012)

Julia Diettl, Einkäuferin Wohnen und Speisen (seit 01.06.2021)

Kristina Brahmstaedt, Head of Marketing (seit 29.06.2020)

www.emverbund.de



„Es gibt Situationen, in denen bleibt es herausfordernd, Familie und Beruf unter einen Hut zu bringen“

Julia Dielt



Meine Aufgabe war es dann, diese Händler zu überzeugen, Vertrauen aufzubauen. Erschwerend kam hinzu, dass ich nicht nur eine junge Frau war, sondern auch noch aus der Großstadt kam. Da mussten einige Vorurteile aus dem Weg geräumt werden. Ich habe dann deutlich gemacht, dass wir gemeinsam schauen, wie wir miteinander das Beste rausholen können. Über die Jahre habe ich gelernt, mich auf die unterschiedlichen Menschen einzustellen, zuzuhören, mich wirklich für die Probleme vor Ort zu interessieren. Inzwischen gibt es Händler, die ich über 30 Jahre begleite. Und

über die Jahre habe ich natürlich auch ein anderes Standing bekommen. Schon seit längerer Zeit spüre ich keinerlei Vorbehalte von den Inhabern mehr. Ja, es sind immer noch meistens Männer, manchmal Ehepaare. Doch auch ich merke, dass sich jetzt in der jüngeren Generation etwas ändert.

möbel kultur: Inwieweit verlassen sich die Händler auf Ihre Ideen, ihr Gespür für die richtige Ansprache der Kundinnen?

Gabriele Wallner: Zu einem sehr großen Teil. Aber es tickt jeder anders. Und es nützt ja auch nichts, einem Händler etwas aufzudrücken, wohin-

ter er nicht steht oder was nicht zu seinem Haus passt. Das heißt, ich kann auch nicht jedem die gleichen Marketingmaßnahmen, Konzepte oder Kampagnen anbieten. Für mich ist es deshalb immer das Wichtigste, herauszubekommen, wie jemand denkt. Und wie Sie schon sagen, hat das auch viel mit der Kommunikation zwischen Frauen und Männern zu tun, die oft unterschiedlich ist. Hier verlasse ich mich aber sehr stark auf mein Gespür.

möbel kultur: Wie sehr müssen Sie bei neuen Ideen Überzeugungsarbeit leisten, damit diese umgesetzt werden?

Gabriele Wallner: Sehr viel, vor allem auch in den letzten Jahren, seitdem die Digitalisierung und alles, was damit zusammenhängt, immer wichtiger geworden ist. Werbung im Möbelhandel ist heute nicht mehr so, wie sie früher war. Da ich aber selbst schon so lange dabei bin und mich natürlich auch umstellen musste, kann ich die Händler, die Vorbehalte hatten oder haben, beispielsweise mit den sozialen Medien, gut verstehen. Ich musste diese neuen Prozesse auch durchlaufen. Und das hilft jetzt wiederum in den Gesprächen mit den Händlern, das schafft Vertrauen

möbel kultur: Es heißt ja immer, dass der PoS emotionaler werden muss. Wie weit sind die Händler hier schon? Wie nehmen Sie das wahr?

Gabriele Wallner: Es gibt riesige Unterschiede unter den Händlern, nach wie vor. Einige beherrschen die Ansprache wirklich nahezu perfekt, andere machen erst das Licht an, wenn ein Kunde kommt. Das ist leider immer noch so. Es gibt jedenfalls immer noch großes Potenzial. Der Bauch entscheidet und der Kopf rechtfertigt, das ist hinlänglich bekannt. Trotzdem wird im Bereich der emotionalen Ansprache noch zu wenig getan. Auch am PoS könnten viel mehr digitale Möglichkeiten zum Einsatz kommen, wie zum Beispiel Videos. Das findet immer noch zu wenig statt. Letztendlich sollte es doch darum gehen, alle Sinne anzusprechen, um die Kundinnen zu überzeugen.

möbel kultur: Und können Frauen das wirklich besser?

Gabriele Wallner: Ja. Oder lehne ich mich jetzt zu weit aus dem Fenster? In der Mehrheit auf jeden Fall.

möbel kultur: Wie wichtig sind für diese Zielgruppe Events im Möbelhandel?

Gabriele Wallner: Das ist ein großes Thema, zumal in dieser Zeit, in der die Frequenzen zurückgehen. Um Geld zu sparen, werden solche Aktionen dann allerdings oft zurückgefahren, weil sie sich nicht so schnell monetarisieren, wie erwünscht. Ich denke jedoch, dass das ein Teufelskreis in die falsche Richtung ist. Auch zu meinen, dass sich ein Engagement in den sozialen Medien sofort auszahlt, ist nicht richtig. Das muss aufgebaut werden. Doch da tun sich viele Händler noch schwer, auch weil sie immer noch

„Flexiblere Arbeitszeiten fördern die Gleichberechtigung.“

Kristina Brahmstaedt



in Prospekten denken, den Preis in den Vordergrund stellen, um die Verbraucher:innen zu überzeugen.

möbel kultur: Als Head of Marketing und als diejenige, die den „Homepoet“ mit aufgebaut hat, kennen Sie sich, Frau Brahmstaedt, besonders gut mit den digitalen Angeboten, die es heute gibt, aus. Was meinen Sie, wie gut nutzt der Möbelhandel seine Websites, Facebook, Instagram & Co.?

Kristina Brahmstaedt: Insgesamt kann ich Frau Wallner absolut Recht geben. Dabei ist es doch so wichtig, über Social Media oder eine gute Website die Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen und eine Verbindung zu den Kund:innen aufzubauen. Und das eben nicht nur in Hinblick auf den Abverkauf, sondern auch einfach um beispielsweise zu zeigen, wie das Geschäft aussieht oder welche Serviceleistungen angeboten werden. Alle informieren sich doch heute vorab digital, um sich dann zu entscheiden, ob es sich überhaupt lohnt, in ein Geschäft zu gehen. Beides, der Online-Auftritt und die stationäre Ausstellung müssen zusammenpassen. Es geht heute nicht mehr, dass die Website deutlich abfällt, nicht gepflegt wird, Öffnungszeiten nicht stimmen. Dann kann es passieren, dass die Kund:innen im Laden eventuell genau das gefunden hätten, was sie suchen, aber gar nicht erst kommen. In puncto Social Media muss der Handel mutiger werden und viel mehr ausprobieren.

möbel kultur: Beobachten Sie hier eine unterschiedliche Affinität zwischen Männern und Frauen?

Kristina Brahmstaedt: Das kann ich gar nicht sagen. Hier gibt es wohl eher nicht die Unterschiede zwischen Männern und Frauen, sondern zwischen jüngeren und älteren Personen. Das merken Frau Wallner und ich allein schon dadurch, dass sich die jüngere Generation ganz anders mit uns austauscht und nachfragt, wie etwas funktioniert.

möbel kultur: Auf das Alter möchte ich bei Ihnen auch gern zu sprechen kommen. Sie sind hier in der Runde die jüngste. Derzeit ist die Generation Z – Jahrgang 1995 bis 2010 – mit ihren neuen, anderen Vorstellungen davon, wie sie arbeiten wollen ein großes Thema, das es vor kurzem sogar auf den „Spiegel“-Titel gebracht hat. Was meinen Sie: Wie wird sich die Arbeitswelt



in den nächsten Jahren wandeln? Und hat das auch Einfluss darauf, dass sich etwas für Frauen ändert in puncto Karriere?

Kristina Brahmstaedt: Ich gehöre nicht der Gen Z an und kann deshalb nicht stellvertretend für die Generation sprechen. Ich bin aber sicherlich noch am nächsten dran, auch dadurch, weil sie in meinem Team vertreten ist.

Mich ärgert in der Debatte, zum Beispiel bei der Vier-Tage-Woche, die ich auch habe, da ich noch promoviere, dass das immer gleich mit „Work-Life-Balance“ in Verbindung gebracht wird bzw. mit einem Mehr an Freizeit. Doch ganz häufig gibt es andere Gründe, warum sich Beschäftigte eine Vier-Tage-Woche wünschen. Bei den Jüngeren geht es oft um Weiterbildung oder darum, Abschlüsse berufsbegleitend umzusetzen. Bei den Frauen hängt es natürlich oft damit zusammen, dass sie sich, immer noch zum Großteil, um die Kinder kümmern oder Angehörige pflegen.

Insgesamt ist es ganz bestimmt gut, wenn die Arbeitswelt flexibler wird. Und wenn es mehr Möglichkeiten gibt, die Arbeitszeit zu gestalten, fördert das sicherlich auch die Gleichberechtigung, da die Erziehungsarbeit besser aufgeteilt werden

kann. Auch Ehrenämter können in dieser Zeit ausgeführt werden, was auch ein Gewinn für unsere Gesellschaft darstellt. Insgesamt ist mir die Diskussion zu negativ.

Will man wirklich Karriere machen, dann muss man sich aber auch fragen, ob das mit einer Vier-Tage-Woche funktionieren kann. Das gilt für Frauen und Männer gleichermaßen.

möbel kultur: In Diskussionen heißt es heute ja auch schon oft, dass Unternehmen, die nicht „ESG-konform“ sind, also sich nicht um Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit oder eine moderne Führungskultur kümmern, unternehmerisch unklug handeln, da die Gen Z sich bei solchen Firmen gar nicht erst bewirbt. Wie stehen Sie dazu?

Kristina Brahmstaedt: Ich glaube, dass die Arbeitszeitregelung, vor allem die Möglichkeit zu Homeoffice, heute eine ganz wichtige Rolle spielt, die jetzt nach der Corona-Zeit sogar extrem wichtig geworden ist. Flexiblere Arbeitszeiten fördern die Gleichberechtigung.

möbel kultur: Ich glaube, das ist eine ganz wichtige Botschaft in die Branche. Wobei es im Handel mit dem Homeoffice natürlich nicht so einfach wird

„Im Handel gibt es immer noch großes Potenzial für eine emotionale Ansprache am PoS.“

Gabriele Wallner

Kristina Brahmstaedt: Selbstverständlich gibt es Jobs bei denen das nicht oder schwierig möglich ist. Doch ich glaube schon, dass man den Verkauf flexibilisieren kann. Jedenfalls ist die Akzeptanz, einen Arbeitsweg von einer Stunde oder mehr zurücklegen zu müssen deutlich zurückgegangen. Und nachhaltiger ist Homeoffice dann auch.

Gleichwohl darf nicht vergessen werden, dass eine faire Bezahlung auch wichtig bleibt. Junge Leute sind hier sicherlich aufgeklärter, weil sie sich viel eher über das Thema Gehalt austauschen. Die Rahmenbedingungen müssen insgesamt stimmen.

möbel kultur: Zum Abschluss unsere Runde möchte ich mich noch einmal an alle wenden, denn wir sind ja hier auch zusammengelassen, um zu diskutieren, wie die Situation beim EMV für Frauen in Führungspositionen sind. Sie sagten bereits zu Beginn, dass das hier im Verband sehr gut funktioniert. Warum ist das so? Denn das ist für die Branche insgesamt schon noch außergewöhnlich.

Barbara Birnkammer: Ich denke, das ist ausschließlich den Persönlichkeiten geschuldet, die sich hier beworben haben und hier gut angekommen sind, und den jeweiligen Geschäftsführungen, hier möchte ich auch

einen großen Dank aussprechen. Schon damals, als ich angefangen haben, wurden die Frauen hier wahrgenommen und uns wurden Chancen gegeben, aufzusteigen.

Gabriele Wallner: Wobei es natürlich auch hier so war, dass wir früher in den sogenannten Führungskonferenzen mit zwei Frauen und 20 Herren saßen. Halbe halbe war das nicht (lacht). Wir waren und sind besser als viele andere, aber ausgeglichen ist es auch hier noch nicht.

möbel kultur: Gibt es denn eine besondere Unterstützung für Frauen, die Führungspositionen ausfüllen oder diese anstreben? Denn oftmals ist es ja so, dass Frauen in mittleren Führungspositionen bereits angekommen sind, aber ganz oben sind

wichtigste Punkt, damit Frauen nicht nur mehr Lust auf Führung haben, sondern auch die Möglichkeiten bekommen, damit das Verhältnis irgendwann ausgewogen ist?

Barbara Birnkammer: Ich glaube, dass ändert sich sowieso, da die Männer der jüngeren Generation anders darüber denken. Das Wichtigste für alle, egal ob Mann oder Frau, wird sein, Führungspositionen auch in Teilzeit ausfüllen zu können. Nur so funktioniert es. Wie Frau Brahmstaedt schon sagte, auch die Pflege von Angehörigen ist zum Großteil immer noch Sache der Frauen, auch das müsste sich ändern. Deshalb wäre es das beste Modell, wenn beide Teilzeit arbeiten könnten.

Manuela Bayer: Ich denke auch, dass sich mit dem Generationswechsel in

einmal erarbeiten muss. Insgesamt muss man die Dinge immer offen ansprechen.

möbel kultur: Sollten Frauen besser netzwerken?

Julia Dieltl: Ja, definitiv, aber jeder sollte netzwerken. Das ist doch das A und O.

Manuela Bayer: Frauen untereinander, auch in der Möbelbranche, sollten das ganz bestimmt stärker nutzen.

möbel kultur: Weil sie es schon länger gelernt haben.

Gabriele Wallner: Trotzdem höre ich immer wieder, dass Frauen ihren Beruf und die ganze Care-Arbeit besser unter einen Hut kriegen wollen und sollen. Es muss sich natürlich auch die Einstellung der Männer ändern. Aber wer gibt schon gern Bequemlichkeiten auf? Das ist vielleicht sogar verständlich. Hier müsste es auch ein Umdenken geben, damit nicht so viel auf den Frauen lastet.

Barbara Birnkammer: Wenn die Karrierechancen für jeden gleich wären, egal ob jemand 100 oder 75 Prozent arbeitet, dann wären die Männer sicherlich auch eher bereit, sich beispielsweise um die Kinder zu kümmern. Männer werden heute immer noch ausgebremst, wenn sie Teilzeit arbeiten oder in Elternzeit gehen wollen. Das darf man auch nicht vergessen.

möbel kultur: Frau Brahmstaedt, Sie haben das Schlusswort.

Kristina Brahmstaedt: Ich bin nicht ganz sicher, ob es ein Generationenthema ist. Sicherlich haben jüngere Männer in der Mehrzahl die Auffassung, dass sie sich auch in die Erziehung einbringen. Aber das Problem ist oft das Umfeld, das erwartet wird, dass Männer in Vollzeit arbeiten.

Und um wirklich Bewegung in das Thema zu bringen, muss in der Geschäftsführung ein Wille sein, Frauen in die Führung zu holen. Es gibt diese Frauen, die führen wollen, auch in typischen Männerdomänen wie Vertriebs- oder Einkaufspositionen. Ich glaube, dass manchmal vielleicht auch nicht richtig gesucht wird oder auch noch die Angst besteht, dass Frauen auch ausfallen könnten, eben wenn sie Mütter werden. Und das passiert auch noch in meiner Generation.

EVELYNE BECKMANN



Interessante Gesprächsrunde vor Ort beim Europa Möbel-Verbund in Fahrenzhäusern: Mit Kristina Brahmstaedt, Manuela Bayer, Julia Dieltl, Evelyne Beckmann („möbel kultur“), Gabriele Wallner und Barbara Birnkammer (v.l.).

es dann doch nur wenige. Und auch beim EMV ist nur Frau Birnkammer auf der Geschäftsführungsebene.

Kristina Brahmstaedt: Ja, das wollte ich auch noch ansprechen. Frauen kommen bis zu einer gewissen Ebene, bis zum mittleren Management, aber eben nicht zum Top Management. Hier muss sich noch etwas ändern. Das sieht man nicht nur in der Möbelbranche, sondern überall. Da gibt es noch einiges zu tun.

möbel kultur: Was muss sich dafür noch in der Gesellschaft verändern? Was ist der

der Gesellschaft einiges ändern wird.

Julia Dieltl: Für mich steht ganz klar die Flexibilität an erster Stelle, dass ich unabhängig von Ort und Zeit bin. Es hilft mir sehr, dass ich auch in meiner Position gelegentlich von zuhause arbeiten kann. Ich bin in der Regel viel unterwegs. Aber mit flexiblen Lösungen kann ich um einiges besser Familie und Beruf miteinander kombinieren. Das macht es wirklich um ein Vielfaches leichter. Gleichwohl geht es hier auch um Vertrauen, das man sich auch erst